

N^o 4

4. Jahrgang
Oktober 2003

Fisch News

Bequemlichkeit - Zentraler Faktor für erfolgreiche Produktinnovationen

Mit neuen Produkten stellen sich niederländische Fischbetriebe auf die Wünsche des Marktes ein. Für eine erfolgreiche Markteinführung ist Bequemlichkeit eine absolute Voraussetzung.

Für niederländische Fischbetriebe ist Produktinnovation ein 'Muss'. Die Anlandungen stehen unter Druck. "Wir sind nicht nur Fischspezialisten sondern auch Unternehmer. Wenn wir kein Wachstum durch mehr Volumen erreichen können, müssen wir Alternativen suchen," erklärt ein Fischlieferant. Sein Kollege ergänzt: "Beschränken wir uns auf Frischfisch, sind



wir vollständig abhängig vom Angebot. Das hat starke Preisschwankungen zur Folge. Wird aber der Fisch weiterverarbeitet und mit anderen, preisstabileren Produkten kombiniert, kann man die Schwankungen besser auffangen." Außerdem eröffnen sich Fischbetrieben mit neuen Produkten auch

neue Absatzmöglichkeiten, zum Beispiel jüngere Leute, die Fisch nicht mehr auf traditionelle Weise zubereiten.

Aufwärmkultur

Das Know-How der Konsumenten über Vor- und Zubereitung von Nahrungsmitteln nimmt ab. Und sie verwenden ständig weniger Zeit auf die Zubereitung einer Mahlzeit. "Es entsteht eine Aufwärmkultur," kommentiert ein Fischhändler. Bequemlichkeit steht darum bei Produktinnovationen an erster Stelle. Eine Voraussetzung für die erfolgreiche Einführung eines neuen Fischproduktes ist, dass es innerhalb von 10 Minuten auf den Tisch zu bringen ist.

Die Konsumenten wissen, dass Fisch gesund ist. Aber nicht jeder liebt Fisch. Darum kombinieren die Verarbeiter Fisch mit anderen Produkten wie Gemüse, Fleisch oder Teigwaren. "Für diese Gruppe von Konsumenten steht der Fischgenuss nicht mehr im Vordergrund," erklärt ein Lieferant.

Freshness
from
Holland

Inhalt

Bequemlichkeit - Zentraler Faktor für erfolgreiche Produktinnovationen 1

Die Niederlande - Bei Lebensmittelsicherheit in der Spitzengruppe

Thunfisch ist ein modernes Produkt 3

Fisch ist Meer-Gesundheit



Gesund snacken

Ein weiterer Trend ist der gesunde und verantwortungsbewusste Snack. Sehr beliebt derzeit sind Goujons, schmale Fischstreifen mit einer knusprigen Auflage oder Lachsspieße, die Variation eines bekannten Fleischgerichtes.

Um Fisch nicht nur auf die traditionelle Weise anzubieten, sollten Produzenten und Lieferanten die Gelegenheit nutzen, sich auf neue Geschmacksprofile einzustellen. So ist in den letzten Jahren die mediterrane Küche sehr populär geworden.

Im Bereich Produkterneuerung ist England der Trendsetter. Niederländische Fischbetriebe versuchen, die Trends von der Insel an den niederländischen und französischen Markt anzupassen. Der deutsche Markt ist etwas zurückhaltender, wenn es um frische Fischprodukte geht. Neuerdings wächst auch in Spanien das Interesse an Fertigprodukten

Fortsetzung auf Seite 2

wie Fischfilet mit Saucen oder die vorbereitete Fischmahlzeit aus dem Ofen.

Investitionen

Niederländische Betriebe investieren viel Zeit und Geld in die Entwicklung neuer Fischprodukte. Viele haben eine eigene Abteilung, die sich ausschließlich mit Produktinnovation

beschäftigt. Dort werden eigene Ideen konzipiert, Trends verfolgt und an der Erfüllung von Kundenwünschen gearbeitet. "Von zehn Vorschlägen ist dann gerade einmal einer realisierbar. Bevor ein neues Produkt auf den Markt kommt, wird es gemeinsam mit dem Kunden ausgiebig getestet. Nicht alle neuen Produkte erweisen sich dabei als erfolgreich. Oft handelt es sich um Varianten bereits vorhandener Themen und die Innovation besteht meist in einer einfachen aber effektiven Veränderung," fügt ein Fischverarbeiter hinzu. ■



Die Niederlande - Bei Lebensmittelsicherheit in der Spitzengruppe

Wenn es um Lebensmittelsicherheit geht, sind die Niederlande ganz vorne mit dabei. Nicht nur bei der Umsetzung von Gesetzesvorgaben, sondern auch beim zertifizieren. In den Niederlanden wird am meisten zertifiziert, bestätigt Rien Buitink, Direktor des Gemeinschaftlichen Qualitätsdienstes (Gemeenschappelijke Kwaliteitsdienst, GKD). "Die Niederlande sind eine Handelsnation. Wichtig ist, was der Kunde wünscht, und der Kunde fragt nach Zertifikaten."

Fischbetriebe sind von Haus aus Handwerksbetriebe. Ihr Schwerpunkt liegt auf Verarbeitung und Handel von Fisch. Qualitätsvorsorge ist ein eigenes Fachgebiet. Fischbetriebe, die über geringere Erfahrung in diesem Bereich verfügen, übertragen diese Aufgabe Organisationen wie beispielsweise dem GKD.



Die Umsetzung der europäischen Gesetzgebung zur Lebensmittelsicherheit wird in den Niederlanden streng überwacht. Das muss auch so sein, bedenkt man, dass die Niederlande eine Drehscheibe des internationalen Lebensmittelhandels sind. Lebensmittel werden nicht nur im- und exportiert, ein Teil dieser Produkte wird auch in den Niederlanden weiterverarbeitet, bevor er wieder ausgeführt wird. Darum beachten die niederländischen Betriebe Qualitätskontrollen und -systeme mit besonders viel Aufmerksamkeit und viele verfügen über ein oder mehrere Zertifikate nach ISO, HACCP oder BRC.

Wachsende Systeme

Buitink beobachtet das Wachstum bei den Sicherheitssystemen. Zunächst war da ISO, ein System, das dem Abnehmer Informationen über die Prozessführung seines Lieferanten vermittelte. Es folgte HACCP, wonach alle kritischen Punkte im Betrieb festgestellt, analysiert und kontrolliert werden, um ein sicheres Endprodukt zu erhalten. BRC geht noch einen Schritt weiter. Es ist praktisch die Synthese von Anforderungen an die Betriebs-einrichtung mit ISO und HACCP. Die wohl wichtigste Ergänzung zu HACCP ist die Einführung von Managementinstrumenten. BRC bietet damit dem Abnehmer die Garantie, dass der Lieferant seine internen Prozesse so gut beherrscht, dass er seine Vereinbarungen auch einhalten kann.

Weil die Betriebe bei der Einführung von Qualitätssystemen gern auf die Wünsche ihrer Abnehmer eingehen, arbeiten einige Betriebe mit mehreren Systemen parallel.

Auswirkungen eines Qualitätssystems

Für die Einführung eines Qualitätssystems müssen die Systemanforderungen auf die tägliche Praxis der Arbeitsabläufe übertragen werden. Das hat bedeutende Rückwirkungen

Fortsetzung auf Seite 3

Editorial

Jeden Tag fein Fisch gegessen und den Doktor kannst vergessen!

Auf die Wünsche des Konsumenten einzugehen ist für ein Unternehmen unumgänglich, auch wenn das angesichts eines immer anspruchsvoller werdenden Verbrauchers zusehends schwieriger erscheint.



Da gewinnt sein Wunsch nach Bequemlichkeit zunehmend an Bedeutung. Weil der Konsument immer weniger Zeit darauf verwendet, eine Mahlzeit zuzubereiten, gibt es einen deutlichen Trend zu Convenience-Produkten.

Warum aber gehen wir nicht entschiedener auf einen weiteren Wunsch des Verbrauchers ein, nämlich den, gesund zu leben? Schließlich ist Fisch von Natur aus ein verantwortungsvolles und gesundes Produkt. Das gilt selbst für die fetten Fischarten, deren hoher Anteil an Omega-3-Fettsäuren sich günstig auswirkt. Ein Gratis-Pluspunkt von Mutter Natur, dessen Wert noch immer nicht deutlich genug gesehen und genutzt wird. Wie dankbar wären andere Lebensmittel-Branchen, könnten sie auf derartige Vorzüge verweisen!

Internationale Forschungsarbeiten über die Zusammenhänge zwischen Gesundheit und Fischkonsum stützen unsere Position. In den Niederlanden wirbt selbst die Regierung dafür, ein bis zwei Mal pro Woche Fisch zu essen. Fast sollte man davor warnen, Fisch als Medikament zu präsentieren! Wir sollten uns einfach immer wieder bewusst machen, was für ein prächtiges Produkt wir verkaufen und diese Botschaft auch deutlich verkünden: Fisch ist nicht nur richtig lecker, sondern dazu auch noch gesund!

Tilly Sintnicolaas
Direktorin

Fortsetzung von Seite 2

auf die Betriebsprozesse. Auch der Einfluss der Mitarbeiter auf die Qualität der Produkte darf nicht unterschätzt werden. So wird der persönlichen und der Hygiene am Arbeitsplatz viel Aufmerksamkeit geschenkt.

Um ein Qualitätssystem kontinuierlich zu fahren, sind regelmäßige Kontrollen notwendig. Diese Kontrollen vermitteln wichtige Informationen über den Produktionsprozess und die Produkte.

Kundenwünschen zuvorkommen

Auch wenn die Einführung eines Qualitätssystems die betriebliche Abläufe erheblich beeinflusst, stellt Rien Buitink bei niederländischen Fischbetrieben eine zunehmende Akzeptanz fest. "In der Vergangenheit wurden diese Systeme hauptsächlich auf Wunsch der Kunden eingeführt. Nun sehen wir, dass die führenden Unternehmen eine entsprechende Nachfrage des Marktes gar nicht erst abwarten, sondern ihr zuvorkommen." ■



Thunfisch ist ein modernes Produkt

Frischen Thunfisch kennen wir eigentlich als Spezialität der Mittelmeerländer, während dem nordeuropäischen Konsumenten der Thunfisch bislang hauptsächlich in der Dose begegnet ist. Das beginnt, sich zu ändern. Zunehmend werden auch in den Niederlanden, Belgien und Deutschland die kulinarischen Möglichkeiten des frischen Thunfisch entdeckt. Das Interesse an diesem Produkt steigt.

Der Thunfisch ist ein Bewohner der Meeresgebiete zwischen 40° nördlicher und 40° südlicher Breite. Er ist ein schneller Schwimmer, der enorme Entfernungen zurücklegen kann. Untersuchungen haben ergeben, dass er die Ozeane von der Küste Mexikos bis nach Japan und von Florida bis zum Golf von Biskaya durchquert. Tagsüber halten sich Thunfische in größerer Tiefe auf, nachts kommen sie bis dicht unter die Wasseroberfläche. Der Thunfisch ist ein richtiger Jäger und ernährt sich überwiegend von Schwarmfischen.

Das wachsende Interesse an Thunfisch lässt sich leicht erklären. In den nordeuropäischen Ländern wird seit jeher gern Fleisch gegessen. Thunfisch ähnelt in Geschmack, Textur aber auch in der Zubereitung dem Kalbfleisch.



Qualitätssicherung

Die Niederlande importieren Thunfisch aus Mittelamerika, Asien und einen kleineren Teil aus Afrika. Der Handel mit frischem oder



tiegefrorenen Thunfisch verlangt die Erfüllung notwendiger Qualitätsanforderungen. Zertifikate sind eine Möglichkeit, Qualität auszuweisen und zu kontrollieren. Das erwünschte Qualitätsniveau wird vor Allem dadurch erreicht, dass einem lokalen Anbieter große Produktmengen abgenommen werden. Die Abnahme großer Mengen Thunfisch versetzt die niederländischen Händler in die Lage, gezielte Vereinbarungen mit dem lokalen Lieferanten über Qualität sowie Produktionsmethoden zu treffen. Die Verarbeitung des Thunfisch wird hauptsächlich lokal vorgenommen. Nur in wenigen Fällen werden Halbfabrikate in Europa weiter verarbeitet.

Moderne Verarbeitungs- und Konservierungsmethoden sowie schnelle Transportwege ermöglichen es inzwischen, Thunfisch in vielen Variationen anzubieten. So passt Thunfisch sich den veränderten Essgewohnheiten an.

Carpaccio

Frischer Thunfisch wird auf verschiedene Arten angeboten, wie Tranchen oder Steaks. Beste Thunfischqualität wird roh als Sashimi genossen oder in feine Scheiben geschnitten als Carpaccio angeboten. Besonders für Kinder sind Thunfisch-Nuggets und Hamburger auf dem Markt. Der neueste Trend sind kleine Thunfischwürfel, mit denen man beispielsweise Salate bereichern kann.

Ernährungsdaten

100 Gramm roher Thunfisch:

Fett		4,9 g
davon 1,3 Gramm Omega-3-Fettsäuren		
Eiweiß		24,3 g
Wasser		74 g
Kohlenhydrate		0 g
Natrium		100 mg
Kalzium		20 mg
Eisen		1,0 mg
Vitamine:	Retinol	0,01 mg
	B1	0,05 mg
	B2	0,25 mg
	C	2,00 mg

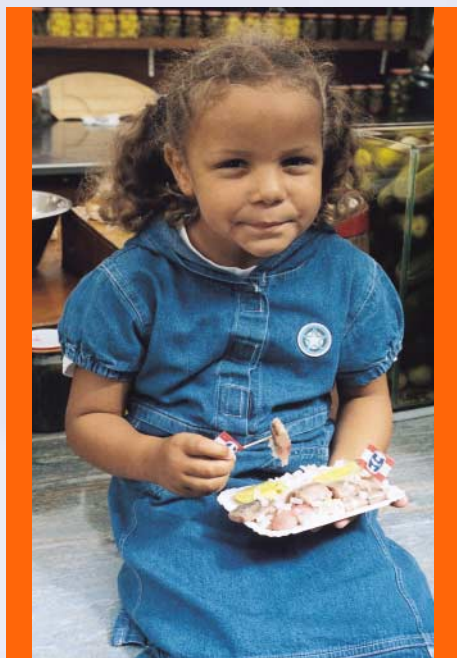
Tiefgefroren oder frisch

Es gibt verschiedene Thunfischarten. Für den europäischen Markt sind der Weiße Thunfisch und der Gelbflossenthun von vorrangiger Bedeutung. Weißer Thunfisch wird überwiegend zu Dosenprodukten verarbeitet oder im Glas, Gelbflossenthun tiefgefroren oder frisch angeboten.

In den Mittelmeerländern wird Thunfisch gegrillt. Aber er lässt sich auch hervorragend backen, braten, dünsten, dämpfen oder räuchern. Der Fischfachhandel bietet außer geräuchertem Lachs inzwischen auch geräucherten Thunfisch an. ■

Fisch ist Meer-Gesundheit

Ein bis zwei Seefisch-Mahlzeiten pro Woche halten Herz und Kreislauf in Schwung. Gerade die fetteren Fischarten wie Hering, Makrele, Lachs, Aal und Heilbutt wirken sich günstig auf Herz und Blutfettwerte aus.



Geringere Sterblichkeit an Herz- und Kreislauferkrankungen

Das 'Zauberwort' heißt Omega-3-Fettsäuren. Fisch, insbesondere die fetteren Fischarten, enthalten einen hohen Anteil mehrfach ungesättigter Omega-3-Fettsäuren. Ihr positiver Einfluss auf Herzrhythmus und Blutfettwerte bestätigt sich immer wieder. Neuere wissenschaftliche Untersuchungen haben gezeigt, dass die Aufnahme von 0,2 Gramm Omega-3-Fettsäuren pro Tag genügt, das Risiko von Herz- und Kreislaufer-

krankungen um beinahe 30 Prozent zu senken. Doch Omega-3-Fettsäuren wirken nicht nur vorbeugend, sie steigern auch die Lebenserwartung von Menschen nach einem Herzinfarkt. Mit ein bis zwei Fischmahlzeiten pro Woche kann man diese gesundheitsförderlichen Effekte erreichen.

Fette Fische - kluge Kinder

Untersuchungen der Universität Maastricht haben zudem ergeben, dass mehrfach ungesättigte Fettsäuren die Gehirnentwicklung von Kindern bereits im Mutterleib stimulieren und ihr späteres Sehvermögen verbessern. Denn Omega-3-Fettsäuren spielen eine wichtige Rolle beim Aufbau des Hirn- und Nervengewebes sowie der Netzhaut. Weil der menschliche Körper diese Fettsäuren nicht selbst bilden kann, müssen sie mit der Nahrung aufgenommen werden. Über die Plazenta wird das Ungeborene mit ihnen versorgt, der Säugling nimmt sie mit der Muttermilch auf. Mit anderen Worten: Der Genuss fettreicher Seefischarten während der Schwangerschaft und gleich nach der Geburt vergrößert die Chance auf ein intelligentes Kind.

Das Holländische Fischbüro hält ausführliche Informationen über die gesundheitsfördernden Eigenschaften von Fisch und Meeresfrüchten für Sie bereit. Wenn Sie mehr darüber wissen möchten, wenden Sie sich an uns, unsere Adresse finden Sie im Impressum. ■

Schollenkampagne in Italien

Italien ist der größte Abnehmer niederländischer Schollen. Bei 90 Prozent liegt der Anteil der Niederlande im italienischen Schollenmarkt. Kaum ein Supermarkt in Italien, der nicht tiefgefrorene Schollenfilets aus den Niederlanden anbieten kann.

Das Holländische Fischbüro fährt im Oktober und November 2003 eine Werbekampagne in Italien, um die niederländische Scholle noch tiefer im Bewusstsein des italienischen Konsumenten zu verankern. Hauptzielgruppe des Holländischen Fischbüros sind dabei die Haushalte mit Kindern unter 13 Jahren. Sie sind die bedeutendsten Abnehmer von Scholle in Italien. ■



Freshness
from
Holland

Impressum

Fisch News wird vom Holländischen Fischbüro in Rijswijk, Niederlande, herausgegeben. Das Holländische Fischbüro ist die gemeinsame Absatzförderungsorganisation des niederländischen Fischsektors und betreibt aus neutraler Position die gemeinschaftliche Öffentlichkeitsarbeit.

Fisch News erscheint in sechs Sprachen: niederländisch, deutsch, französisch, spanisch, italienisch und englisch.

Holländisches  Fischbüro

Herausgeber und Redaktion:

Holländisches Fischbüro

Postfach 72

2280 AB RIJSWIJK, Holland

Tel. + 31 70 - 33 69 655

Fax + 31 70 - 39 52 950

Email: info@dutchfish.nl

Website: www.dutchfish.nl

Bezug:

Fisch News wird vier Mal im Jahr kostenlos versandt.